

ФИЛОЛОГИЯ



УДК 811.161.1'366

НОВООБРАЗОВАНИЯ-ПРИЛАГАТЕЛЬНЫЕ: МОРФОЛОГИЧЕСКИЙ СПОСОБ

Е.В.Алексеева

Санкт-Петербургский государственный университет, alexeeva.evgenia@mail.ru

Рассматривается продуктивность морфологического способа в производстве новых имен прилагательных и его роль в расширении словарного состава русского языка на данном этапе развития. Особое внимание уделяется словообразовательному и стилистическому анализу собранных адъективных единиц. Описываются продуктивные словообразовательные форманты (префиксы и суффиксы), актуальные для адъективного словообразования сегодня, а также устанавливается предварительная степень их активности.

Ключевые слова: *неологизм, прилагательное, словообразовательные форманты, продуктивность*

The article deals with the productivity of the morphological method in the word-formation of new adjectives and its significant role in expanding the vocabulary of the Russian language at this evolution stage. Particular attention is paid to the word-formation and stylistic analysis of collected new adjectival units. Productive word-formation of prefixes and suffixes are described in this article, and applied to adjective word-formation of today. Preliminary elements of their activity are also established.

Keywords: *neologism, adjective, formants, productivity*

В настоящее время в русском языке отмечается высокая продуктивность неологизмов: новые реалии влекут за собой новые наименования. Коренные изменения социального характера, развитие внешне-экономического сотрудничества, культурных связей, т.е. события, затронувшие все сферы общественно-политической жизни России в конце XX — начале XXI вв., послужили основанием для динамичных языковых процессов. С одной стороны, в диахроническом плане — это обнаруживается через замену одних языковых знаков другими (устаревающие заменяются новыми), а с другой стороны, в синхронном — это проявляется через борьбу вариантов, сосуществующих и претендующих на нормативность.

Наиболее ярким и значимым динамическим процессом в современном русском языке является расширение словарного состава русского языка за счет новых лексических единиц. Об этом свидетельствуют многочисленные работы, демонстрирующие различные аспекты и направления в изучении новообразований.

Принято считать, что имена прилагательные образуются не так активно, как имена существительные, что обусловлено их вторичным номинативным статусом. Известно, что все сущности отражаемого сознанием мира делятся на вещи и признаки, что в структуре языка находит свое отражение в делении полнозначных слов и частей речи на предметные и признаковые. Субстантивными по своей природе являются существительные: *карандаш, дерево, ручка, ласточка* и т.п. Они обозначают предметные сущности, отраженные в категориальном значении существительного. Слова с признаковым значением — например, *гордый, сладкий; закрепить, читать; абсолютно, волнующе* — не называют сущностей, но обо-

значают свойства и признаки, присущие предметам, а также отношения, в которые они вступают между собой [1]. Предметные имена выполняют прежде всего номинативно-классификационную функцию, а признаковые — коммуникативную и речемыслительную. Именно поэтому Е.А.Земская считает, что «в производстве имен прилагательных связь «язык-современность» обнаруживается не столь непосредственно. Прилагательные образуются не так активно, как существительные. Мир предметов все время пополняется новыми обозначениями, тогда как мир признаков не растет быстро» [2]. Тем не менее собранный нами материал (около 200 лексических единиц) показывает высокую активность процесса порождения новых имен прилагательных в современном русском языке.

Адъективные новообразования появляются как в письменных текстах (в языке СМИ, рекламы, Интернета), так и в устной публичной речи, например: *крупнейший ноутбучный магазин «Микробит»* (реклама в Санкт-Петербурге, 29.03.2008); *суперическая фотка* (комментарий к фотографии на сайте <http://vkontakte.ru>, Алена Зданович, 25.03.2009); *недреманный зампред* (газета «Дело», №3(450), 05.02.2007); *и в конце передачи хочется послушать что-нибудь мелодичное, приятное, настроенческое...* (радио «Россия», 01.08.2009); *«Либерасьон» — издание от природы саркозливое* (передача «Однако», М.Леонтьев, канал ТНТ, 02.09.2008) и др.

В современном русском языке, с одной стороны, на огромном языковом материале активизируется словотворчество, реализующее потенциал языка, что наблюдается в появлении неологизмов, а с другой стороны, продуктивным становится порождение ситуативных окказионализмов [3]. Окказиональное словообразование особенно популярно среди журнали-

стов на страницах прессы, пользователей Интернета, а также в речи ведущих на радио и телевидении. Окказионализмы позволяют выделить особые признаки предмета, подчеркивают авторский взгляд на предмет, признак или действие, заостряют авторскую мысль. Анализ примеров, приведенных выше, а также многих других, которые мы собрали, позволяет, таким образом, говорить о высокой активности окказионализмов в СМИ, в художественной литературе, а также в устной публичной речи.

Многие лингвисты отмечают, что словарный состав языка обогащается прежде всего за счет своих собственных источников, основным из которых является словообразование, т. е. образование новых слов на базе уже существующих моделей по определенным схемам и закономерностям. Словообразование — это сложный механизм, создающий новые слова. Как и любые другие механизмы, он не только функционирует, но и развивается.

Пополнение класса имен прилагательных происходит в основном благодаря образованию новых слов от имен существительных, прилагательных, глаголов морфологическим способом (суффиксация, префиксация), способом словосложения, а также лексико-семантическим способом (в основном метафоризация). Преобладающим во всех подобных случаях производства адъективных новообразований является морфологический способ. Морфологический способ, центральный способ русского словообразования, — это «образование новых слов с помощью аффиксов» (префиксов, суффиксов и др.) [4].

Среди морфологических способов адъективного словообразования доминирующим является суффиксальное словообразование, а наиболее продуктивными суффиксами служат **-ов-** (38 слов), **-ск-** (36 слов), **-н-** (27 слов). Особенно высока продуктивность словообразовательной модели с производящим именем существительным и формантом **-ов-**, нами отмечено 26 таких новообразований: *байтовый*, *бренд-овый*, *герловый* (*гирловый*), *дайджестовый*, *интерфейсовый*, *кантровый*, *мэйнстримовый*, *онлайновый*, *флетовый* (*флатовый*), *чиповый* и др. Как видно, в основном эти слова относятся к сферам информационных технологий, популярной музыки и экономики, причем изначально заимствуются из английского языка. В особую группу можно выделить адъективные новообразования с помощью суффикса **-ов-** от основ существительных с нетипичными для русских слов финалями **-инг**. Как отмечает В.Г.Костомаров, если в 1950 — 1960-е гг. словари дают всего 14 подобных образований, то в 1990-х гг. фиксируются уже десятки подобных производных: *маркетинговый*, *консалтинговый*, *рейтинговый*, *допинговый* и т.п. [5]. Подобные неологизмы также зафиксированы и нами: *кастинговый*, *клининговый*, *клиринговый*, *медиа-баинговый*, *транзинговый*, *трейдинговый* и др. Ср.: *Клининговая служба* «Новтехсервис» (весь комплекс *клининговых* услуг), реклама в метро, 25.02.2007; «Московский *клиринговый* центр» (название управляющей организации на чеке оплаты мобильной связи через систему Элекснет), 29.09.2007 и др. Подобные английские заимствования возникают практиче-

ски во всех областях науки и общественной жизни. Многие из них являются экономическими и социологическими терминами.

Среди адъективных новообразований, полученных с использованием суффикса **-ск-** и производных **-овск-**, **-ическ-**, **-еск-** также отмечается множество англоязычных заимствований: *имиджмейкерский*, *клипмейкерский*, *лоббистский*, *мериджмейкерский*, *промоутерский*, *скинхедский*, *интернетовский*, *тьюторский*, *сноубордический*, *юзеровский* и др. Заслуживают внимания, на наш взгляд, и модели с суффиксами **-ист-**, **-лив-**, **-ат(-оват-)**, **-оин-**. Слов с такими словообразовательными формантами отмечено немного, что свидетельствует об их низкой продуктивности, а также о субъективном отношении и эмоциональной окрашенности, выражаемых говорящими в подобных образованиях: *джинсатый*, *безумноватый*, *блондинистый*, *недотёпистый*, *саркозливый*, *пиарошный*. Ср.: Смотри, не пропусти *блондинистые* дни на Муз-ТВ (анонс программ «Блондинка в шоколаде», «Мобильные блондинки»), отборные *блондинистые* сериалы (канал Муз-ТВ, начало августа 2009 г.); Такой *недотёпистый* (канал ОРТ, анонс фильма, в главной роли Пьер Ришар, 13.08.09) и др.

Наличие суффикса **-н-** в составе производных прилагательных свидетельствует о том, что этот суффикс продолжает активно участвовать в создании новых атрибутивных сочетаний, в том числе и с терминологическим содержанием, например: *бартерная сделка*, *концессионное строительство*, *строительно-сберегательные кассы*, *инклюзивное обучение*, *портфельное инвестирование*, *ипотечное кредитование*, *эргономичный дизайн*, *компьютерное обеспечение*, *ботиночная журналистика* и т.п. Наряду с суффиксом **-ов-** суффикс **-н-** также является продуктивным при образовании новых прилагательных от основ заимствованных существительных: *оффиорный*, *дискетный*, *интерфейсный*, *мониторный*, *ноутбучный*, *ризлтерный*, *сидиромный*, *таймерный*, *телексный*, *эргономичный*, *скотчный* и др.

Интересной, на наш взгляд, представляется и тенденция к конкуренции некоторых адъективных суффиксов в современном русском языке. *Гигабайтовый* или *гигабайтный*, *дайджестный* или *дайджестовый*, *откутурный* или *откутуровский*, *фанатный* или *фанатовский*? Поиск данных слов в Интернете показал частоту встречаемости и степень употребительности того или иного слова. Как мы могли наблюдать, разница в значениях суффиксов некоторых слов представляется минимальной, и зачастую они употребляются равнозначно, ср. *фанатовский сектор* — *фанатский сектор*, *дайджестовый характер сайта* — *дайджестный характер вечерней газеты*, *80-гигабайтовый винчестер* и *64-гигабайтная флэшка* и др. Данная тенденция свидетельствует о неустойчивости, колебании в механизме словообразовательной системы адъективного словообразования. Скорее всего, в будущем приоритет будет отдан одному из вариантов, который и закрепится окончательно в языке.

Как мы уже смогли заметить, суффиксальный способ образования новых имен прилагательных в современном русском языке отмечает высокую сте-

пень продуктивности. Самым продуктивным является взаимодействие суффикса с классом имен существительных. В современном русском языке отсубстантивных суффиксальных прилагательных насчитывается 98%, в то время как прилагательных, образованных от других частей речи — глагола, числительных, самих прилагательных, наречий и предлогов, — всего 2%.

Префиксальный способ адекативного словообразования представляется сегодня менее продуктивным, чем суффиксальный, всего нами обнаружено 27 таких слов, при этом особенно широкое употребление получают адекативные новообразования с помощью префиксов со значением «очень высокой степени признака»: *мега-*, *супер-*, *ультра-*, *сверх-*, *экстра-* (*мегастильный*, *супердревний*, *суперчистый*, *ультрамелький*, *ультратонкий*, *сверхмобильный*, *сверхлегкий*, *экстремодный* и др.). Используются для атрибутивных новообразований и другие заимствованные префиксы: *анти-*, *мульти-*, *квази-* (*антикризисный*, *антигламурный*, *мультиактивный*, *мультимедийный*, *квазипрезидентский*, *квазипатриотический* и др.). Такие новообразования часто создаются в рекламных текстах с целью привлечения внимания потенциальных клиентов и создания более благоприятного имиджа продаваемого продукта. Ср.: «Благодаря *ультрамелькой* формуле и *сверхлегкому* распылению лак мгновенно высыхает, не склеивает волосы и не создает “жесткой корки”» (текст на баллоне лака для волос Sunsilk, 05.08.2009); *сверхмобильный* ноутбук Sony (29.03.2008); *ультратонкий* ноутбук Aser (11.08.2009); *экстремодные* сумки легендарной марки (22.06.2008) и др.

Префиксально-суффиксальный способ адекативного словообразования показался нам малопродуктивным и неактивным на данном этапе развития русского языка.

Что касается других способов адекативного словообразования, то высокую продуктивность мы отмечаем также среди сложных прилагательных, образованных путем сложения и сращения, всего отмечено 37 таких новаций. Сложные прилагательные особенно продуктивны в письменной речи: абсолютное большинство их отмечено в текстах СМИ и рекламы (*отчаянно-активный отдых*, *белодомовские чиновники*, *ретрофутуристические наряды*, *четко-быстрый монитор*, *фотореактивный загар*, *зубодробительный боевик* и др.), а также в литературных произведениях писателей XX в. (*мягкошляпные либералы* (Ю.Трифонов); *свежесполаженное фото*, *свежерожденное российское государство* (Д.Сучков); *двухметроворостая змея*, *тысяче-миллионнокрышый* (В.Маяковский) и др.). Встречаются такие новообразования и в устной публичной речи, например: *чудочеловечный мегадобрый эфир* (Русское радио, «Русские перцы», 22.04.2009); *вкусномолочный*

продукт (реклама молочного батончика Kinder, канал ОРТ, 19.08.2009) и др.

Таким образом, наблюдения и оценка актуальных адекативных новообразований в современном русском языке на данном этапе его развития позволяют сделать вывод о том, что морфологический способ образования новых прилагательных остается высокопродуктивным и даже составляет в некоторой мере конкуренцию словообразованию существительных. Новые прилагательные, образованные при помощи морфологических формантов: суффиксов, префиксов, а также с помощью сложения и сращения, активно создаются и используются как в устной, так и письменной речи. Высокую активность порождения адекативных окказионализмов можно наблюдать в письменной речи: особенно в текстах СМИ и в художественной литературе, а также в устной публичной речи на радио и телевидении. Что касается узусного словообразования, то адекативные неологизмы, которые впоследствии вошли в постоянное речевое употребление и зафиксированы в словарях, в основном относятся к сферам информационных технологий, экономики, политики и популярной музыки.

Среди морфологических способов образования новых имен прилагательных преобладающим является суффиксальный способ с наиболее продуктивными суффиксами *-ов-*, *-ск-* и *-н-* при некоторой конкуренции пар суффиксов *-ов-* и *-н-*, а также *-овск-* и *-н-*. Это наиболее продуктивная модель образования новых прилагательных от существительных, в том числе и от заимствований. Именно эта модель играет в настоящее время самую большую роль в пополнении русской лексики адекативными новообразованиями.

В производстве новых прилагательных префиксальным способом доминирующими являются в основном такие заимствованные префиксы, как *мега-*, *супер-*, *ультра-*, *сверх-*, *экстра-*, *анти-* и др. Неологизмы-прилагательные, образованные при помощи вышеуказанных словообразовательных формантов, встречаются сейчас довольно часто.

1. Босова Л.М. Проблема соотношения семантических и смысловых полей качественных прилагательных (на материале русского и английского языков). Барнаул, 1997 — <http://psycholing.narod.ru/monograf/bosova-mono.htm>
2. Земская Е.А., Китайгородская Н.В., Ширяев Е.Н. Русская разговорная речь. Общие вопросы. Словообразование. Синтаксис. М.: Наука, 1981. С.124.
3. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по филологическим направлениям и специальностям. М.: Логос, 2001. С.133.
4. Виноградов В.В. Вопросы современного русского словообразования // Виноградов В.В. Исследования по русской грамматике. М., 1975. С.156.
5. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб., 1999. С.702.